

Entreprises : pas de formation, pas d'innovation !

La formation a toujours été un levier stratégique dans les entreprises. Avec la mue digitale de notre société, elle s'impose comme un ressort encore plus important : nouvelles exigences, nouvelles impatiences... Quid des nouvelles façons de se former ? Lionel Bourgeon, Partner conseil, en charge du projet de Transformation de l'Academy de formation chez Sopra Steria, fait le point.

Temps de lecture : minute

29 mars 2018

La formation au cœur d'un monde en mouvement

La transformation numérique a bouleversé notre société. Aborder cette révolution uniquement sous l'angle technologique, c'est oublier un peu vite qu'elle a surtout donné plus de pouvoir aux individus. Depuis son smartphone, chacun peut décider, à tout moment, de partir au bout du monde, de raconter sa vie sur les réseaux sociaux, de suivre un MBA dans une université étrangère...

Une réalité qui impacte durablement les entreprises, les incitant à se transformer, mais aussi à repenser leur politique de formation pour l'adapter à ce nouveau monde en mouvement. En effet, l'époque où l'on " faisait carrière ", en gravissant progressivement les échelons au sein d'une même société est maintenant révolue. La vie professionnelle se conjugue désormais au pluriel, autant du point de vue des métiers que des responsabilités que l'on exerce. D'après un récent rapport du think

tank californien " L'institut pour le Futur ", 85% des professions de 2030 n'existent pas encore !



Notre société évolue, les individus sont de plus en plus orientés vers l'expérience utilisateur, le ressenti, le vécu : il est donc important que les modalités de formation deviennent plus expérientielles. De même, si le monde a toujours traversé des bouleversements et des crises, la transformation digitale ajoute la vitesse à l'incertitude. Les ruptures technologiques, toujours plus nombreuses et fréquentes, conditionnent l'évolution des compétences des collaborateurs.

Donner un temps d'avance à l'entreprise

Prenons l'exemple de l'industrie. Il y a encore 15 ans, un leader se disputait le marché avec deux ou trois concurrents plus modestes. Le

premier portait l'innovation quand les autres se contentaient de le suivre. Avec la démocratisation des technologies, des start-up sont venues concurrencer les géants sur leur propre terrain, tandis que d'autres ont été encore plus loin, en disruptant leur marché et en rendant caduques les acteurs historiques.

Impossible aujourd'hui de prédire d'où viendra la " menace ". Il faut donc être celui qui aura toujours ce temps d'avance. Une réalité qui oblige les entreprises à être encore plus créatives et à l'écoute. Pour s'adapter à ces nouveaux enjeux, la formation est en pleine réinvention. Les actifs sont en effet entrés dans une phase d'apprentissage continu, qui va bien au-delà de leur cœur de métier.



À lire aussi

Entreprendre sans diplôme, changer le monde grâce à

l'entreprise

L'entreprise doit les aider à sortir de leur zone de confort, les rendre plus curieux, plus proactifs, leur donner envie de s'ouvrir à d'autres univers. En parallèle, elle est dans l'obligation de repenser ses méthodes de management pour gérer l'innovation qu'elle impulse.

Il est donc nécessaire de renouveler les contenus de la formation, afin d'aller au-delà de la bonne exécution des tâches, autant que leurs modalités de diffusion, en utilisant les nouveaux outils digitaux. Fini le temps où l'on se retrouvait tous assis autour d'une table à écouter docilement un formateur. Les jeunes, notamment, habitués à passer d'un écran à l'autre, doivent pouvoir retrouver cette souplesse dans leur parcours de formation. Il s'agit de faire de celui-ci un levier d'attractivité en termes de recrutement comme de fidélisation. Enfin, plus encore que de donner à l'entreprise les moyens de rester pertinente et compétitive sur ses marchés, la formation doit aider les collaborateurs plus expérimentés à prendre pleinement part à cette évolution : c'est aussi la responsabilité sociale de l'entreprise qui est engagée !